



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

THAÍS LEITÃO LIMA

A FOGUEIRA DIGITAL:
UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO COLABORATIVO A *CALENDAR OF TALES*

Rio de Janeiro

2014

Thaís Leitão Lima

A FOGUEIRA DIGITAL:
um estudo de caso do projeto colaborativo *A Calendar of Tales*

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Comunicação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de bacharel em
Comunicação Social, habilitação em
Produção Editorial.

Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro -
Orientador

Rio de Janeiro
2014

Thaís Leitão Lima


A FOGUEIRA DIGITAL:
um estudo de caso do projeto colaborativo *A Calendar of Tales*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial.

Rio de Janeiro, 27 de maio de 2014.



Prof. Dr. Mario Fello, ECO/UFRJ - Orientador



Prof. Dr. Lucimara Rett, ECO/UFRJ



Prof. Me. Andréia Resende, ECO/UFRJ

L732

Lima, Thais Leitão

A fogueira digital: um estudo de caso do projeto colaborativo
A Calendar of Tales / Thais leitão Lima. 2014.
45 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Escola de Comunicação, Habilitação Produção Editorial, 2014.

1. Comunicações digitais. 2. Narrativa. 3. Oralidade. I. Monteiro,
Mário Feijó Borges. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
Escola de Comunicação.

CDD: 303.4833

À minha família.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo apoio incondicional; sem eles nada disso seria possível.

Ao professor Mário Feijó, pela orientação e por me assegurar, todas as vezes, que este trabalho valia a pena.

Às professoras Andréia Resende e Lucimara Rett, pela atenção e disponibilidade em aceitarem fazer parte desta banca.

Ao Pedro, por entender, suportar e estar sempre comigo.

A todos os meus amigos, com quem estarei em eterna dívida pelos programas desmarcados para que este trabalho ficasse pronto.

Muito obrigada a todos.

"I learned that we have the right, or the obligation, to tell old stories in our own ways, because they are our stories, and they must be told."

[Aprendi que temos o direito, ou a obrigação, de contar velhas histórias do nosso jeito, porque são as nossas histórias e devem ser contadas.]

Neil Gaiman

RESUMO

LIMA, Thaís Leitão. **A fogueira digital: um estudo de caso do projeto colaborativo *A Calendar of Tales***. Monografia (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

O trabalho analisa a transposição da narrativa no contexto das culturas orais para o atual panorama de produção colaborativa e digital, utilizando como objeto de estudo o projeto *A Calendar of Tales*, desenvolvido a partir de uma parceria entre a empresa de tecnologia BlackBerry, o autor Neil Gaiman e sua comunidade de fãs presentes nas redes sociais. Com o objetivo de comparar a produção de narrativas orais colaborativas às atuais formas de produção de conteúdo em rede, fez-se uma linha do tempo das influências externas na narrativa, como a mudança nos suportes e nos conceitos de autoria, e do afastamento e reaproximação da colaboratividade nas formas de narrar. Analisando as semelhanças e as divergências entre formas orais e digitais de se contar uma história, além das novas possibilidades trazidas pelos diferentes suportes, concluiu-se que a produção narrativa colaborativa digital traz em sua essência uma bagagem das formas orais de narração, apesar da inovação de suas formas de apresentação.

Palavras-chave: oralidade; colaboração; narrativa digital

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. NARRATIVA ORAL E COLABORAÇÃO	13
2.1. As formas de oralidade	13
2.2. A narrativa oral e a coletividade	14
2.3. A importância da figura do narrador.....	16
2.4. O mundo escrito e a crise da narração	18
3. MUDANÇAS NO CONCEITO DE AUTORIA E NARRATIVA NO MUNDO PÓS- REVOLUÇÃO INDUSTRIAL	20
3.1. Reflexões sobre autoria e narrativa.....	20
3.2. A origem da função autor	21
3.3. Consolidação dos direitos patrimoniais do autor: o <i>copyright</i>	22
4. CULTURA COLABORATIVA NO AMBIENTE DIGITAL	26
4.1. Renascimento da cultura colaborativa	26
4.2. Convergência midiática e o retorno à multiplicidade da autoria no ambiente digital...	28
4.3. Possibilidades de colaboração na narrativa no contexto da convergência	30
5. ANÁLISE DO PROJETO A CALENDAR OF TALES	33
5.1. Gênese e desenvolvimento do projeto	33
5.2. A narrativa transmídia e sua aplicação na literatura	36
5.3. Exploração comercial da narrativa transmídia.....	39
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
7. REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

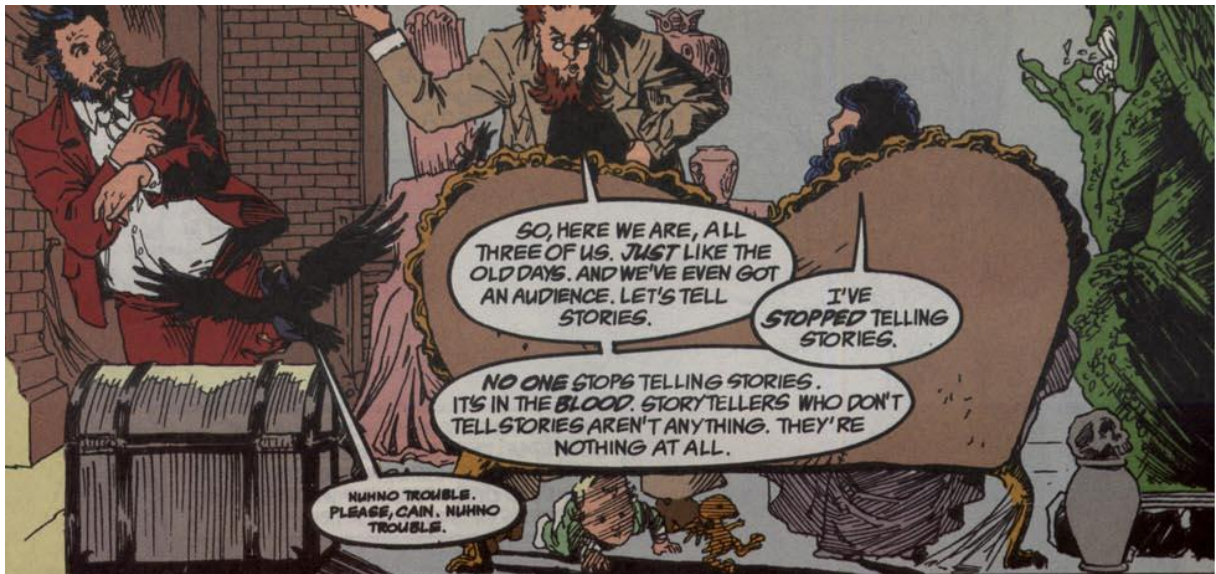


Figura 1. "Então aqui estamos, nós três. *Exatamente* como nos velhos tempos. Temos até plateia!"
 "Eu *deixei* de contar histórias."
 "*Ninguém* deixa de contar histórias. Está no *sangue*. Contadores de histórias que não as contam não são nada. Absolutamente nada." (GAIMAN, 1993)

Para Neil Gaiman, a tradição oral é a maior fonte de inspiração. De folclore inglês até o *glam rock*, o encantamento está sempre presente em sua obra: narra a vida como a conhecemos, só que passível de visitas de deuses nórdicos, monstros disfarçados de pessoas de confiança, figuras mitológicas e outros personagens curiosos. Suas narrativas estão repletas de referências também ao próprio ato de narrar: há escritores que aprisionam uma Musa grega, uma estalagem onde viajantes de diferentes dimensões se reúnem para compartilhar suas histórias, e incontáveis menções à capacidade inesgotável do ser humano de desenvolver uma narrativa.

Além da experiência com a oralidade como escritor, Gaiman possui um domínio das ferramentas digitais de comunicação que lhe permite uma aproximação com seus leitores, permitindo uma troca que se assemelha a uma relação entre aprendiz e mestre – não exclusivamente de transmissão de conhecimento unilateral, mas sim de intercâmbio de experiências. Por isso, quando convidado pela BlackBerry para participar do projeto Keep Moving – com o objetivo de produção de conteúdo colaborativo com fãs do mundo todo, e uma implícita intenção de divulgar o novo produto da marca –, o autor se adequou perfeitamente à proposta. Em *A Calendar of Tales*, uma experiência transmídia para a criação de uma antologia de contos feita a partir de premissas enviadas por fãs de Gaiman nas redes sociais, a oralidade e as novas tecnologias se unem.

O objetivo deste trabalho é analisar as permanências e modificações da narrativa ao longo da sua transição entre a oralidade e o ambiente digital, e as mudanças nas formas de interação e colaboração possíveis nas diversas fases. Dialogando sempre com o contexto das culturas orais em sociedades pré-escrita e as possibilidades trazidas pelo avanço tecnológico das ferramentas de construção – e desconstrução – da narrativa, busca-se compreender as novas formas de narrar, a partir do projeto transmídia *A Calendar of Tales*. Apesar de parte integrante do tema, não se pretende analisar aqui os pormenores das demais aplicações do transmídia, como na publicidade e no jornalismo, e sim focar em sua utilização em produtos editoriais.

Nos dois primeiros capítulos, são feitos panoramas históricos sobre a relação entre a colaboração e as formas presentes de narrativa. Em “Narrativa oral e colaboração”, são analisadas as formas de expressão das histórias de um povo em culturas pré-escrita, e como essa relação entre o produtor e o espectador do conteúdo produzido ainda não possuía definição, sendo mais intercambiável. Em “Mudanças no conceito de autoria e narrativa no mundo pós-Revolução Industrial”, um breve estudo sobre a serialização da narrativa no formato livro e suas implicações para as formas de produção de conteúdo quando são estabelecidas regras e leis para a sua divulgação.

No terceiro capítulo, “Cultura colaborativa no ambiente digital”, são feitas considerações acerca das novas formas de produção de narrativas em um contexto digital, de troca imediata e constante de informação, e como isso altera a forma de enxergar a produção cultural. Será estudado também o retorno à multiplicidade da autoria, com uma nova era de projetos colaborativos possíveis dentro do contexto da chamada “cultura da convergência”.

No quarto capítulo, será analisado o objeto de estudo do trabalho, o projeto transmídia colaborativo *A Calendar of Tales*, desde a sua gênese até as implicações de sua utilização para a divulgação de um produto comercial. A partir de sua análise, procura-se compreender como a transmídia reflete as formas de produção de narrativa utilizadas nas culturas orais, e como se dá a colaboração entre um autor, numa posição legitimada de produtor de conteúdo, e os fãs, muitas vezes relegados à posição de consumidores, exclusivamente, e cuja produção é banida para a clandestinidade e violação de direitos pelos detentores das prerrogativas de exploração comercial. Informações acerca dos pormenores do projeto e da comunicação de Gaiman com os fãs foram retiradas do blog pessoal do autor (<http://journal.neilgaiman.com>), assim como suas páginas nas redes sociais Twitter (<http://twitter.com/neilhimsel>) e Tumblr (<http://neilgaiman.tumblr.com>).

A necessidade de narrar sempre esteve presente nas atividades do homem. A evolução

constante das tecnologias de comunicação faz surgir novas possibilidades de criação de narrativas, em novos suportes, e as inovações digitais fazem parecer que essa produção em massa só é possível graças ao contexto atual. Mas as histórias sempre estiveram lá.

2. NARRATIVA ORAL E COLABORAÇÃO

Desde as primitivas pinturas das cavernas e dos contos orais, transmitidos de geração em geração, até as mais modernas plataformas interactivas, as narrativas estão presentes em todos os tempos e espaços jamais marcados pela acção humana e assumem uma “variedade prodigiosa de gêneros, distribuídos em substâncias diferentes” (BARTHES, 1982, apud SOUZA; MARTINS; ZAGALLO, 2012, p. 168)

2.1 – As formas de oralidade

A toda narrativa humana é intrínseca a oralidade. Não foi uma obra escrita a responsável pela difusão do costume de contar histórias, tão antigo quanto a própria humanidade, que, desde os tempos mais remotos, possui necessidade de se comunicar. A oralidade, método universal de manutenção de tradições, mitos e de construção da identidade cultural de uma sociedade, apresenta-se como forma de transmissão de conhecimento tanto em culturas exclusivamente orais como naquelas já influenciadas pela escrita. Walter Ong (1998, p. 19), em seu estudo sobre oralidade, a dividiu em duas categorias referentes à sua influência pela escrita:

designo como "oralidade primária" a oralidade de uma cultura totalmente desprovida de qualquer conhecimento da escrita ou da impressão. É "primária" por oposição à "oralidade secundária" da atual cultura de alta tecnologia, na qual uma nova oralidade é alimentada pelo telefone, pelo rádio, pela televisão ou por outros dispositivos eletrônicos, cuja existência e funcionamento dependem da escrita e da impressão.

A dicotomia oralidade-escrita descrita por Ong passa por três conceitos principais: a oralidade primária, a cultura escrita e a oralidade secundária. Análogas, mas não anacrônicas, as formas coexistiram em determinados momentos de transição – o desenvolvimento das primeiras formas de expressão escrita, a criação da prensa, o surgimento dos meios de comunicação que conhecemos hoje, em especial o rádio, a televisão e a internet – e mantêm características comuns.

A cultura oral primária se desenvolveu nas primeiras tentativas de comunicação. A linguagem é inerente ao ser humano, e a transmissão de conhecimento não necessitou de registros permanentes de qualquer natureza em sua gênese. Com isolamento total em relação à escrita, a oralidade primária praticamente não é mais encontrada nas culturas atuais, devido aos variados graus de envolvimento com a expressão escrita mesmo nas comunidades mais afastadas dos grandes centros. Em contraponto, “muitas culturas e subculturas, até mesmo num meio de alta tecnologia, preservam a estrutura mental da oralidade primária”. (ONG,

1998, p.19) Podemos aferir, a partir disso, que as formas de oralidade secundária presentes na nossa cultura não perderam por completo a influência da oralidade primária.

A cultura escrita, como outras formas de tecnologia e ao contrário da cultura oral, não é natural do homem. Desde suas primeiras acepções, por meio de pictogramas, ideogramas até culminar nos alfabetos modernos, a escrita surge como uma forma de registro permanente e também com o intuito de transmitir conhecimento, assumindo uma forma decodificadora do discurso oral ao procurar reproduzir seus sons, encerrando-os no espaço visual. (ONG, 1998) A escrita possui uma lógica menos coletiva e mais individual, tanto em sua produção quanto em sua transmissão. Com o seu desenvolvimento, em especial a partir da invenção da prensa, passou a assumir uma função central nas sociedades que a adotaram, em detrimento das formas mais comuns de oralidade, adequando-se à velocidade das novas lógicas de organização sociais e à sua tendência de individualização.

A cultura oral secundária tem sua origem com o desenvolvimento de meios de comunicação resultantes de tecnologias dependentes da escrita e da impressão, como o rádio, a televisão e, posteriormente, a internet. Essa fase, que vivemos atualmente, marca um retorno do protagonismo da oralidade, deixado de lado pelo predomínio da cultura escrita por vários séculos. Ainda que não represente as formas primárias de oralidade em sua totalidade, em especial na democratização da transmissão de conhecimento, a cultura oral secundária traz uma ressignificação da troca de conhecimento por meios orais, assim como resgata a ideia da comunidade para intercâmbio de narrativas perdida pela cultura escrita. (ONG, 1998)

Ao escolher designar tanto a fase pré-escrita quanto a fase das tecnologias eletrônicas como “culturas orais”, Ong traça um paralelo quanto ao lugar de destaque da oralidade para ambas. Mesmo após o contexto da cultura escrita ter subjugado a oralidade em sua valorização do material visual e impresso, não houve uma perda definitiva da cultura oral. Pelo contrário, “o novo meio reforça o velho, mas evidentemente o transforma, porque alimenta um estilo novo”. (ONG, 1998, p. 155) Desse modo, as culturas orais secundárias recuperam a oralidade primária sufocada pela cultura escrita, mas não com as mesmas características. As principais modificações e permanências entre ambas serão mais profundamente estudadas no terceiro capítulo do presente trabalho.

2.2 – A narrativa oral e a coletividade

A narrativa, possível nas duas formas de oralidade e na escrita, encontra a sua acepção mais plena nas culturas orais primárias, devido ao seu caráter de divisão do conhecimento em

categorias mais simples e de forma menos segmentada do que nas culturas orais secundárias. Na oralidade primária, a transmissão de conhecimento é feita a partir de histórias da ação humana, em geral narrativas notáveis, de grandes feitos, com o intuito de comunicar à comunidade um mito ou outras formas de saber. Do mesmo modo, as culturas orais primárias, diferentemente das culturas escritas, armazenam somente as informações que têm caráter duradouro; discursos muito extensos ou que não são passíveis de repetição se perdem no caminho, mantendo somente o que for mais importante e compacto, enquanto a cultura escrita tende a acumular conhecimento e informação, muitas vezes independentemente da sua relevância histórica. (ONG, 1998)

Narrativas orais das quais temos conhecimento até hoje remetem desde a Antiguidade clássica. A palavra, cantada com uma combinação de rimas, frases usuais e temas instigantes, servia como explicação para fenômenos naturais e ciclos da vida, e até mesmo como parábolas para situações específicas. Não foi preciso transcrever para a forma escrita os épicos de Homero ou os contos de fadas para que estes se tornassem histórias comumente difundidas.

Seguindo este raciocínio, no contexto das culturas orais primárias, uma história que sobrevive por sua transmissão exclusivamente oral subsiste em seu potencial de narração pelos indivíduos da comunidade. Isto é, com a ausência do registro providenciado pela natureza da narrativa escrita, as narrativas orais dependem em sua totalidade dos membros do grupo social ao qual pertencem. (ONG, 1998)

Sendo assim, a memória se apresenta como indispensável para a manutenção de um povo através dos registros orais. A memória humana e a sua capacidade de rememorar o passado são centrais na ação de narrar. E não apenas lembrar o passado, mas também tecer e criar histórias; memória e imaginação estão intimamente ligadas. LeGoff (1996 apud MATOS; SENNA, 2011) lembra que a deusa da memória, Mnemosine, é mãe das musas inspiradoras das artes, como a eloquência e história. Assim sendo, a memória imprime significado na história de um povo e nas suas narrativas, com o intuito de eternizar as suas origens.

Das características mais marcantes das narrativas orais através dos tempos, a coletividade colaborativa presente em suas histórias se destaca. Não é possível afirmar com precisão quem foi o autor de *As mil e uma noites*, e nem mesmo de narrativas como a *Iliada* e a *Odisseia* – Homero já foi apontado como uma figura alegórica de narrador e até mesmo possivelmente fictícia – ou os contos de fadas – apesar de apresentarem autores e uma data de publicação em algum momento da história. Essas narrativas, que eventualmente tiveram

autorias reclamadas, não são mais do que narrativas transmitidas de pai para filho sintetizadas, organizadas e publicadas por um indivíduo ou um grupo social.

A colaboração para o desenvolvimento dessas narrativas orais dá-se, logicamente, pela forma como são apreendidas as histórias. Para Benjamin (2012, p. 221), “contar histórias sempre foi a arte de contá-las de novo, e ela se perde quando as histórias não são mais conservadas”. Em um contexto no qual só eram passadas à frente as histórias que pudessem ter algum significado mais geral do que específico, as narrativas que permaneceram só o fizeram pelo seu caráter de durabilidade dentro daquela cultura. A constante repetição das mesmas narrativas assegurava não só a sua sobrevivência através do tempo, mas também a sua importância naquele contexto em que era recontada.

Entretanto, como diz o ditado popular – que chegou a nós, como tantos outros, pela tradição oral de nossos antepassados –, “quem conta um conto aumenta um ponto”. Retransmitir as mesmas histórias sem interpretá-las, no sentido de procurar entender a sua função, não é a forma mais ideal de narração, nem mesmo a mais comum. Dessa forma, ao acrescentar às velhas histórias elementos que julgam importantes ou acrescentam à narrativa contada, o narrador deixa nelas um pedaço de si. Agindo como um texto vivo, o narrador imprime nas suas narrativas as histórias de outras, modificando-se e modificando-as.

Isto dá um caráter especial para a figura desses indivíduos que, por designação ou escolha, assumem a função de repassar as narrativas orais de uma cultura, ou simplesmente de promover o compartilhamento do conhecimento adquirido pelo grupo. Esta figura, quase uma entidade, que Benjamin designará “narrador”, possui um papel fundamental na manutenção das narrativas orais de uma comunidade, sendo o responsável pela transmissão do conhecimento no sentido pleno.

2.3 – A importância da figura do narrador

“A experiência que passa de boca em boca é a fonte a que recorreram todos os narradores.” (BENJAMIN, 2012, p. 214) A citação resume a narrativa oral para Benjamin. O narrador é aquele que, idealmente, utiliza-se de sua experiência de vida, e daquela adquirida pelos outros e passada para ele, para transmitir um saber para a comunidade. Do mesmo modo, as melhores narrativas escritas são aquelas que mais se assemelham às histórias orais descritas incontáveis vezes por esses narradores, muitas vezes anônimos, e que desenvolveram sua habilidade de narrar a partir de um contato ao longo de sua história pessoal com outros narradores.

A imagem desta figura no senso comum se apresenta como um indivíduo, que pode ou não ser o líder de uma comunidade ou grupo, mas que detém conhecimento e experiência suficientes para reunir a todos em um momento de comunhão. Geralmente um velho, identificado como sábio, que se senta à frente de uma fogueira para recontar histórias de tempos distantes com o intuito de passar o aprendizado prático apreendido aos mais jovens e inexperientes. Para Benjamin, os narradores são divididos em dois arquétipos: o camponês sedentário e o marinheiro comerciante, cada um representando duas possibilidades de experiências intercambiáveis. O camponês simboliza a tradição, o homem simples que jamais saiu de sua terra e que por isso a conhece melhor do que os forasteiros e os mais jovens; já o marinheiro é seu complementar, o viajante que desbravou territórios estrangeiros e enfim volta para casa com uma rica bagagem de conhecimento e experiência. (BENJAMIN, 2012)

Em ambos os casos, a narrativa oral se desenvolve a partir da transmissão, ao longo dos anos, de boca em boca, de sábio para jovem, dos conhecimentos e histórias pessoais de cada narrador. Assim demonstra-se o caráter artesanal da narrativa, de uma construção pessoal, em partes, as quais o narrador acompanha, tece e transmite, ao mesmo tempo em que é uma construção coletiva, dos saberes de um grupo social.

Das características que garantem a força do relato do narrador, a objetividade é das mais importantes. Ao contar uma história de forma seca, simples e direta, o narrador abre brechas para a construção dos ouvintes, assim como dá margem para uma nova ramificação para suas antigas histórias. Sherazade, em *As mil e uma noites*, tecia histórias correlacionadas para salvar a si mesma, mas isso apenas era possível pela especificidade das histórias criadas. A falta de explicações definitivas sobre cada aspecto da obra, hoje tão encontradas em qualquer ficção moderna, era a força que mantinha as narrativas orais vivas, e sempre possíveis de modificação.

Diferente dos detentores do monopólio de transmissão de conhecimento em momentos posteriores, o contador de histórias podia ser qualquer um. Apesar de se apresentar na maioria das vezes como alguém de suma importância para o grupo, qualquer um que tivesse sido exposto à narrativa poderia ser o seu transmissor. A propagação de histórias, no contexto das culturas orais primárias, não era exclusiva de um indivíduo. Qualquer um que tivesse conhecimento a ser repassado poderia ser o narrador, contribuindo para as histórias de seu povo. Essa característica comunitária da propagação de histórias foi uma das principais perdas quando da mudança gradual, mas intensa, de uma cultura primariamente oral para uma predominantemente escrita.

2.4 – O mundo escrito e a crise da narração

A oralidade permaneceu com seu papel de destaque mesmo após o desenvolvimento de formas mais sofisticadas de armazenamento do conhecimento, como os primeiros livros manuscritos. Ambos coexistiram por muitos anos, em parte devido à segmentação do acesso ao saber – a posse do objeto livro foi privilégio da Igreja e de poucos indivíduos detentores de poder. Entretanto, a necessidade de institucionalização das narrativas fez com que, aos poucos, a oralidade desse lugar aos suportes permanentes, e se fizesse imperativo o surgimento de formas mais duradouras de armazenamento. Os registros manuscritos começaram por registrar o conhecimento oral em suportes duráveis. A prensa de Johannes Gutenberg gerou um novo meio de disseminação em massa de conhecimento, mas também ajudou a aniquilar o predomínio das formas mais orais de narrativa.

Luis Fernando Verissimo (2009) culpa a escrita por ter “sabotado a nossa memória como guia, roubando a sua função civilizatória de mãe das musas”. Numa sociedade onde a memória servia como base para o compartilhamento de conhecimento, a escrita serviu como castração, regulamentando-o e codificando uma forma de comunicação que era natural – a fala. Ao mesmo tempo, o lugar de manutenção da durabilidade das narrativas, que sempre foi da memória, foi tomado pelo registro escrito, que, ao imprimir toda a informação que lhe era fornecida em um suporte fixo, como o papel, deixou de selecionar o que haveria de ser mantido para informações futuras. Quando toda a informação foi considerada válida, a durabilidade física substituiu a durabilidade “afetiva” das histórias.

É possível argumentar que a oralidade secundária, fruto de uma renascença das narrativas orais através de uma mídia que as valoriza, representa uma tentativa de resgate da memória como nas culturas primárias. A brevidade das narrativas nesse novo contexto remete à memória da oralidade; a rapidez, citada por Calvino (1990), que se perde quando da transformação das histórias orais em romances escritos, e o ritmo dos relatos orais compartilhados são resgatados quando a palavra falada volta a ter relevância na sociedade. Da mesma forma, como será estudado mais a frente, o ambiente digital reapresenta esse tipo de memória ao valorizar o protagonismo de um tipo de comunicação mais comunitária que incentiva o compartilhamento e a recuperação de formas de narrativas antigas ou há muito esquecidas.

Sobre a preservação do arcabouço de uma oralidade primeira persistindo nas formas mais atuais de narrativa, Benjamin (2012, p. 213) afirma, no começo do século XX, que a arte de narrar encontra-se “em vias de extinção”, por causa de uma crise de experiências

decorrente, entre outros fatores, da mudança da organização da comunidade no contexto capitalista.

O depauperamento da arte de contar parte, portanto, do declínio de uma tradição e de uma memória comuns, que garantiam a existência de uma experiência coletiva, ligada a um trabalho e a um tempo partilhados, em um mesmo universo de prática e linguagens. (BENJAMIN apud GAGNEBIN, 2012, p. 10)

Em um contexto medieval, onde a relação entre artesão e aprendiz era estreita, a facilidade de câmbio de experiências era maior, assim como a valorização da figura do sábio. O ritmo de trabalho, mais lento e com mais independência, permitia que o contar histórias fosse praticado com mais frequência e, assim, internalizado. Já em uma sociedade inserida em uma lógica de produção capitalista, a segmentação da produção, a serialização e a industrialização acabaram por alienar o ato de narrar e dividir a comunidade, não mais permitindo a comunhão necessária ao tipo de narrativa concebida por Benjamin. Ao isolar os indivíduos, estes buscaram refúgio em outras formas de conhecimento mais adequadas à subjetividade vigente, como o romance, a crônica e a informação jornalística. Essas produções, muito mais apropriadas ao novo contexto individualista do que a narrativa oral comunitária e colaborativa, acabaram por subjugar-la.

3. MUDANÇAS NO CONCEITO DE AUTORIA E NARRATIVA NO MUNDO PÓS-REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

3.1 – Reflexões sobre a autoria e a narrativa

Com o surgimento de uma autoria individualizada e não coletiva para a produção agora escrita e não mais oral, mudou também a visão da narrativa em si. Se nas produções orais entendia-se a narrativa como algo fluido e fruto da experiência do autor em comunidade, a produção escrita com uma definição precisa de autoria transforma a narrativa oral.

Não se trata tanto de uma diminuição da narrativa; decerto, as possibilidades que a oralidade apresenta para a narrativa em muito superam a produção escrita. A colaboração inerente à produção oral permite que a mesma história seja contada e recontada quantas vezes for solicitada, sempre com a faculdade de adicionar novos elementos à mesma história, ou novas histórias aos mesmos elementos. A narrativa oral possibilita ao narrador – e ao público, que pode por sua vez tornar-se o próximo narrador – uma miríade de opções na construção de qualquer história, tanto em sua gênese quanto no momento em que a história é tecida: ao recontar a mesma história, dependendo da reação do público, o narrador pode optar por mudar o rumo da narrativa que estava contando; ao mesmo tempo, pode contar sempre a mesma história, por entender que determinadas narrações se tornam queridas justamente pelo caráter permanente de sua essência, como os contos de fadas consagrados pela tradição oral.

A narrativa escrita, por seu caráter definitivo e permanente, não permite tanta fluidez. A relação intrínseca entre suporte e narrativa a torna mais difícil de modificar, mas não restringe suas possibilidades de forma tão definitiva. O que a narrativa escrita perde em contato direto com o público atingido, ganha, talvez, em dimensão. Para Benjamin (2012, p. 214), entretanto, a dimensão alcançada com a escrita não compensa a pobreza de sentido que a acompanha:

Não se notou, ao final da guerra, que os combatentes voltavam mudos do campo de batalha; não mais ricos, e sim mais pobres em experiência comunicável? E o que se derramou dez anos depois, na enxurrada de livros sobre a guerra, nada em comum tinha com a experiência transmitida de boca em boca. E não havia nada de anormal nisso.

O registro escrito, além de durável, pode alcançar uma audiência muito maior que o oral sem perder a sua integridade. A própria noção de integridade da obra, tão cara aos pensadores das legislações originárias do direito do autor, não nasce com o registro escrito.

Na Antiguidade, ao divulgar seus pensamentos na ágora, os filósofos e poetas não possuíam qualquer proteção legal, mas se suas ideias fossem divulgadas por outros e tomadas por eles como próprias, estes sofriam tratamento vexatório. Uma vez reclamada a autoria de um texto – e aqui não só o texto escrito, mas também o “falado” –, a ideia de tomar para si uma obra que não era sua era considerado moralmente condenável. (Diferenciando aqui o embrião do plágio da colaboração oral: a transmissão de uma narrativa particular de um povo ou grupo social, com o intuito não só de compartilhar conhecimento com as gerações futuras e manter vivas tradições e histórias, mas também de se utilizar de um tempo de ócio para estimular o contato em comunidade em muito se diferencia de uma apropriação inadequada de uma obra, uma vez que reclamada a sua autoria.)

3.2 – A origem da função autor

Apesar de ser uma interpretação intuitiva, a noção de autoria não está ligada diretamente à ideia de narrativa. Num contexto de predomínio das narrativas orais, a transmissão de conhecimento era feita de forma cíclica, constante e com o intuito de manter viva a tradição. Desse modo, a origem da história contada pertencia à comunidade ou grupo social pelo qual era mantida, e sua gênese era muitas vezes desconhecida. Não era possível determinar o autor daquelas narrativas, o indivíduo que primeiro decidiu passá-las adiante, e nem ao menos era desejada a posse desse título. As histórias eram coletivas, em sua concepção e transmissão.

Dos papiros aos códices, e até aos livros manuscritos, a tradição oral e os livros conviveram em relativa paz, durante muitos séculos. Suas variações sobre os mesmos temas não competiam entre si, senão pela necessidade de registro. Com o desenvolvimento de formas mais sofisticadas de expressão escrita, como a serialização dos livros manuscritos e principalmente com o surgimento e a sofisticação de métodos de impressão, entretanto, surgiu a necessidade de se registrar determinadas narrativas orais. Os textos religiosos e filosóficos, por exemplo, por determinarem o cânone de uma incipiente literatura e o dogma das religiões, precisavam ser fixados e institucionalizados.

A necessidade de autoria se mostrou presente para garantir a integridade das versões replicadas, assim como fez surgir uma espécie de status conferido aos responsáveis por estas. Além disso, a reivindicação da autoria permitia o controle ideológico das produções pelas instituições de poder de uma sociedade, como o Estado e a Igreja. Como explicou Feijó (2006, p. 60),

Antes do século XVIII, somente a Santa Inquisição tinha se interessado por autores aqui no Ocidente (construção imaginária como nos ensina Said). Afinal, a Igreja precisava identificar os hereges que desafiavam seus cânones. Questão de vigiar e punir.

A origem da função autor é uma questão polêmica. Alguns historiadores afirmam que data do surgimento do livro impresso, com a reivindicação por determinados autores da paternidade de sua obra, publicada sem consentimento pelos livreiros e impressores no princípio da impressão. Já para Foucault (apud MORAES, 2013), a ideia de autoria está diretamente ligada à identificação da responsabilidade por uma obra para fins punitivos, de censura ou cerceio de divulgação do pensamento, mas a ideia de propriedade literária em sua concepção burguesa só surge de fato no século XVIII. Chartier corrobora com esse pensamento, citando fontes inquisitoriais em que a mera falta de um autor identificável já o caracterizava como merecedor de censura, num contexto onde essa identificação facilitava o controle das suas publicações.

Em ambos, a ideia do autor é a de proprietário de uma obra literária, uma acepção surgida no século XVII, fruto da influência iluminista. A teoria da existência de um direito natural e a estética da originalidade fundamentam a propriedade literária no “século das luzes”. Entretanto, segundo Chartier, a ideia de autor proprietário nasceu não apenas de uma necessidade do indivíduo de requisitar a paternidade de sua obra, mas sim de uma necessidade do editor de garantir seus direitos de lucrar com a reprodução desta. As primeiras noções de direito do autor foram inscritas numa velha lógica, a das livrarias: ao ceder os direitos de reprodução para o editor, o autor, seu legítimo dono, passava essa legitimidade ao editor a quem concedeu tais direitos. (FEIJÓ, 2006)

3.3 – Consolidação dos direitos patrimoniais do autor: o *copyright*

Uma vez consolidada a função autor, a ideia do indivíduo como proprietário de sua obra foi essencial para a expansão do comércio de livros e da indústria em construção, mas a verdadeira proteção dos direitos autorais só surge na França revolucionária do final do século XVIII, quando uma lei promulgada estabelece os direitos do autor como morais e patrimoniais. Antes, a fiscalização das obras só era vista como necessária para a Igreja, que desejava ter certeza do modo de transmissão de seus dogmas e identificar aqueles que os desvirtuavam. Mas no contexto da Revolução Industrial surgiu uma nova regra, que estabelecia o direito de reprodução de obras com o intuito de obter lucro, e permitiu o

surgimento e consolidação de uma indústria editorial de fato: o *copyright*.

O Estatuto da Rainha Ana foi a primeira forma moderna de proteção autoral, na Inglaterra, aprovada pelo Parlamento inglês no começo do século XVIII. O *copyright* da rainha eliminou a censura e o controle prévio das obras, garantindo ao autor o direito perpétuo e natural de exploração de sua obra. O direito de propriedade das obras passa a ser exclusivo do autor.

Quando pensamos o conceito ocidental de autoria, entretanto, devemos focar na tradição francesa, que mais se assemelha aos conflitos vividos até o presente com relação à forma de direito autoral. No século XVII, a Sorbonne, tradicional instituição de ensino do país, era ainda somente uma escola de teologia, mas cresceu para algo exponencialmente maior depois que passou a abrigar as tipografias francesas. Com um poder concedido pela Igreja de censurar as obras contrárias à ortodoxia, aumentou de tamanho, complexidade e importância. Surge então o que foi chamado de privilégio de impressão, uma autorização expressa dada pelo rei que permitia a apenas um livreiro imprimir determinada obra, garantindo-lhe exclusividade até que o investimento na edição fosse pago, podendo ser pedidas prorrogações para estender esse prazo. O acordo entre livreiro e autor era feito como hoje, com apresentação de manuscritos e cessão de direitos à obra. Emitia-se então um privilégio, que permitia somente esse livreiro de imprimir a obra. Esse privilégio, entretanto, não era de todo respeitado, e cópias-piratas circulavam com frequência nos mercados negros. (FEIJÓ, 2006)

No século XVIII, estava consolidado o funcionamento dos privilégios. Os editores que possuíam os manuscritos dos autores tinham prioridade para solicitar a prorrogação dos prazos de privilégios, e podiam transmitir seus direitos por herança ou venda. Na década de 1760, entretanto, houve uma ruptura nas práticas do mercado livreiro, quando os direitos da obra de La Fontaine foram concedidos a seus descendentes, ao invés de renovados ao livreiro que editava suas obras. O sistema, para os livreiros, estava em perigo. O iluminista Denis Diderot, então, escreve um memorial legitimando os direitos editoriais. Segundo ele, o autor é mestre de sua obra, e o livreiro que a adquire tem a posse semelhante à de uma casa ou terreno, perpétua e intransferível. Definia o privilégio de impressão como garantia de uma transação particular, firmada por uma concessão privada, e essa sanção oficial do autor para o livreiro já bastava para fundar o direito de propriedade. O privilégio, posteriormente desenvolvido como *copyright*, seria indispensável para o negócio do livro, visto que é muito improvável que um autor consiga editar sua própria obra. (FEIJÓ, 2006)

Uma das reações à obra de Diderot foi um ensaio do Marquês de Condorcet, que contestava seus argumentos. Para Condorcet, a propriedade literária era um privilégio nocivo ao interesse público, pois restringia o direito à informação dos outros cidadãos. Afirmava que nenhuma legislação poderia restringir a liberdade de imprensa, assim como nenhum livreiro poderia se considerar dono de um livro e nenhum autor, dono de seu texto. As ideias de Condorcet remetem a um ideal iluminista que afirma que obra alguma deve ser tratada como um bem material, pois deve colaborar para o progresso da comunidade. (FEIJÓ, 2006)

As ideias conflitantes de Diderot e Condorcet norteiam as duas principais formas de pensar o direito autoral nesse contexto – e até no presente. De um lado, a noção de que a autoria é um direito natural, de outro, a de que é um privilégio prejudicial. Como disseram Grisolia e Ramos (2012, p. 25),

A ideia do direito natural do autor explicitada por Diderot [...] foi considerada ao levarem em conta que a criatividade e a produção individual de conteúdo intelectual são irrevogáveis e, portanto, o autor deve ser proprietário de sua obra. No entanto, em busca da evolução social e da difusão das Luzes, as ideias de Condorcet e do utilitarismo inglês também foram incorporadas, admitindo-se que, depois de certo tempo, as obras deveriam entrar em domínio público para que pudessem ser mais acessíveis pela massa.

Já no século XIX, a Convenção de Berna apresentou a primeira forma de regulamentação internacional de direitos autorais. Com o embrião da legislação da rainha Ana, as leis que garantiam a propriedade intelectual inspiradas na declaração universal dos direitos do homem e do cidadão da Revolução Francesa e as subsequentes leis de proteção autoral nos Estados Unidos pós-independência da Inglaterra, observou-se que tais legislações protegiam individualmente os autores em seu país de origem e publicação. Dessa forma, cresceu a pirataria no momento em que, justamente pela falta de regulamentação, os editores e impressores observaram que seria mais vantajoso imprimir autores estrangeiros de forma irregular do que apostar em autores nacionais e ter de lidar com a proteção autoral. Acordos bilaterais eram feitos para garantir a proteção dos autores nesses países, mas o sem-número de acordos e a falta de uma legislação única prejudicava a fiscalização. (GRISOLIA E RAMOS, 2012)

A Convenção de Berna surgiu nesse momento em que a proteção dos autores era fraca e complicada. Buscando unir as duas visões que antes convergiam na França – o utilitarismo de Condorcet e o direito natural de Diderot –, a regulamentação evitou até termos delicados, como propriedade intelectual e direito exclusivo, escolhendo focar na proteção de

obras literárias e artísticas. Reconhecendo os direitos morais e patrimoniais do autor, estabeleceu o direito inalienável de paternidade de uma obra, assim como o da integridade da obra. A convenção serviu de base para todos os acordos internacionais de *copyright* até o século XX.

O século XXI traz novos desafios para as legislações de *copyright*, nacionais ou internacionais. A quebra de fronteiras trazida pela internet e pela produção em rede torna essas barreiras cada vez mais embaçadas, e a produção colaborativa, tornada muito mais simples e frequente com essas novas facilidades, modifica novamente a noção de autoria. A elasticidade da produção oral, aliada à durabilidade do suporte fixo, quando inseridas em um contexto de produção digital em rede, tornam as questões de direito autoral e da própria noção de autoria muito mais nuançadas do que vinham sendo tratadas até aqui.

4. CULTURA COLABORATIVA NO AMBIENTE DIGITAL

4.1 – Renascimento da cultura colaborativa

No contexto das culturas orais, já mencionadas anteriormente, a produção cultural era desregulamentada. Não era possível afirmar quem detinha os direitos patrimoniais da história de um determinado povo, e sua replicação através do ato de contar histórias não era considerada uma violação a quaisquer direitos morais, pois a noção de autoria ainda não se tinha desenvolvido de forma mais concreta. O surgimento do objeto livro, assim como a sua sofisticação após a popularização dos impressos, permitiu que a autoria se tornasse algo mais sólido, quase material, se levarmos em consideração que o suporte escrito foi aos poucos se sobrepondo à hegemonia da tradição oral. A criação de uma indústria da propriedade intelectual acabou por regulamentar a produção cultural livre.

Os direitos autorais garantidos desde as legislações primárias do século XVIII até os acordos internacionais do século XX buscavam principalmente a legitimação de um aspecto da criação autoral: aquela em que se compreende que o autor é um indivíduo criador de uma obra, e portanto possui os direitos de explorá-la. Entretanto, o final do século XX trouxe uma nova forma de produzir, com o surgimento de novas mídias que tornavam essa produção possível.

Os meios de comunicação hegemônicos do século XX permitiam que as obras intelectuais se apresentassem, oficialmente, de forma comercial. A oralidade secundária de Ong (1998) apresentou o rádio “engarrafando” as músicas antes ouvidas em saraus e reuniões em canais de transmissão, sem perder a característica oral da mensagem, mas inicialmente sem o senso de comunidade das culturas orais primárias; a televisão tornou-se o meio mais rápido e fácil de lazer, em uma sociedade tão saturada de atividades profissionais exaustivas que buscava o meio mais passivo e simples de divertimento. Até mesmo a produção literária viu-se presa a um suporte, inovando no conteúdo para tentar uma renovação criativa. O *copyright* serviu como uma espécie de barreira para a divulgação de conteúdo por meios não oficiais. Na tentativa de impedir a violação da integridade da obra, houve também um desestímulo da produção amadora, e uma constante fiscalização para que os direitos autorais da obra fossem respeitados.

A forma unilateral e passiva de transmissão de conteúdo nessa fase transformou o compartilhamento e colaboração das culturas orais em mero consumo. Como afirmou Clay Shirky (2011, p. 25),

a mídia é na verdade como um triatlo, com três enfoques diferentes: as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e de compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até há pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas.

Não foi uma questão de exclusão completa da produção amadora: ainda era possível produzir de forma informal qualquer tipo de atividade cultural, desde peças, músicas até filmes e livros. A via de mão única não censurou a cultura participativa, que sempre se apresentou de alguma forma nas sociedades, seja nas novas formas de adaptar velhos mitos, seja na reprodução de velhas cantigas populares com outros termos ou ligadas a outras histórias. Mas, ao representar apenas uma face da cultura, a do consumo unilateral, deslegitimou tudo aquilo que não pudesse ser considerado “profissional”, o que, ainda que não impedisse por completo a atividade, dificultava a sua proliferação e a divulgação, uma vez que o monopólio da produção cultural se concentrava nas mãos das grandes corporações detentoras das concessões de transmissão, públicas ou privadas.

A utilização da internet como meio de comunicação desenvolveu-se muito depois do seu começo como ferramenta de integração dos departamentos de defesa governamental e militar. Após a sua popularização, em meados dos anos 1990, a internet foi aos poucos se tornando um meio poderoso de produção, divulgação e consumo dos mais diversos tipos de conteúdo. A falta de regulamentação do meio nesse contexto – e ainda hoje é possível afirmar que as formas de controle de conteúdo são nebulosas e pouco claras – permitiu que a produção de conteúdo amador encontrasse na rede mundial de computadores o seu ambiente mais propício de proliferação.

Isso não significa que a produção colaborativa tornada mais frequente e divulgada pela internet seja algo novo, ou inovador em sua concepção. O que a nova forma de colaboração faz é trazer de volta um tipo de produção do qual tínhamos nos afastado com o desenvolvimento de meios de comunicação unilateral. Essa ilusão de que a produção colaborativa no meio digital é algo novo se fortalece quando se pensa que o velho modelo de mídia pública se manteve estável por muito tempo. O modelo de emissoras de televisão, jornais e revistas dominantes que se estendeu por quase todo o século XX faz a internet e sua descentralização de produção de conteúdo parecer uma mídia com um comportamento novo. (SHIRKY, 2011)

Como afirmou Shirky (2011), o que aconteceu foi uma “atomização social” no século XX, que, ao nuclear a sociedade em torno de meios cada vez mais centrados no consumo, afastou-a de uma cultura que sempre foi participativa. Antes, o principal método de contato

com a cultura era participativo – ir a shows, peças de teatro, performances, encontros – porque era aquela a única forma de se manter em contato com atividades culturais.

O que surge com essa nova cultura participativa é um resgate daquele contexto cultural, aliado a um novo meio, desta vez não apenas colaborativo e presencial, mas também tecnológico. Uma televisão, um rádio e até mesmo um livro comprados aumentam exponencialmente o número de expectadores, mas não o de produtores de conteúdo; quando se tem acesso à internet por um computador, entretanto, tanto o número de produtores quanto o de consumidores aumenta. O equilíbrio da produção nos meios digitais permitiu uma difusão maior de conteúdo.

4.2 – Convergência midiática e o retorno à multiplicidade da autoria no ambiente digital

Um dos principais facilitadores da nova cultura colaborativa que pôde surgir no contexto da internet se dá sob a forma da chamada convergência de mídias. Segundo o estudioso Henry Jenkins (2009, p. 29), trata-se de um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia”, isto é, um conjunto não sequencial e interdependente de produções culturais que se dão em mais de um canal – como a televisão, o rádio, a internet, entre outros.

A teoria da convergência de mídias entra em oposição direta à ideia ultrapassada de que os velhos meios de comunicação serão sobrepujados pelos novos – algo que não é recente, visto que era possível identificar essa noção na já mencionada transição entre oralidade e escrita. Para Jenkins (2009), não se trata de uma batalha entre novas e velhas tecnologias, mas de uma mudança de funções: se antes o rádio era a principal fonte de notícias, a televisão tomou o seu lugar, deixando-o como divulgador da música comercial e popular, e depois esta foi dominada pela internet, que possui tal influência que impõe sua presença nas participações dos programas ao vivo. Não se trata de uma revolução digital, e sim de uma mudança de conteúdo, público e status dos meios de comunicação, forçados a conviver com as atualizações e práticas das novas tecnologias.

A reação das corporações e dos consumidores a essa nova lógica midiática é combativa e, ao mesmo tempo, colaborativa. Enquanto a convergência puder ser entendida como um processo corporativo – de estímulo – e de consumo – de resposta –, tanto as empresas quanto os consumidores terão comportamentos conflituosos. Por parte das corporações, o interesse é o de ampliar mercados e aumentar as oportunidades de lucro a partir de uma maior divulgação, dada a aceleração do fluxo de conteúdo em diversas mídias;

para o consumidor, uma chance de dominar uma nova tecnologia a serviço de um fluxo mais livre de ideias não só entre público e produtor, mas também para outros públicos. Por vezes, essa relação é construtiva, fidelizando a ligação entre ambos os grupos – como será possível ver mais adiante, no capítulo 4 –; mas também pode ser destrutiva, quando as empresas temem perder o controle da exploração comercial e os consumidores se veem perdidos quanto à sua real participação.

Independente da vontade das corporações, e de acordo com a necessidade nada nova dos consumidores de comentar e, conseqüentemente, divulgar os produtos consumidos, compreende-se que a convergência das mídias estimula a circulação de conteúdo por diferentes meios. Isso não seria possível sem a participação ativa dos consumidores.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras[...]. (JENKINS, 2009, p. 30)

A convergência não acontece por meio do avanço tecnológico das ferramentas de mídia – e sim pelas interações individuais e sociais dos consumidores inseridos na sua lógica. Isso significa que a ideia de convergência, apesar de se apresentar em um contexto de novas mídias e suas novas funcionalidades – narrativas transmídia, interação direta entre fãs e colaboração entre consumidores e produtores –, também é um conceito antigo aplicado a uma nova situação.

Jenkins (2009, p. 30) resgata o conceito de inteligência coletiva de Pierre Levy para explicar o processo coletivo pelo qual a produção de conteúdo nesse novo contexto passa. Além de apenas uma mudança tecnológica exercendo uma mudança significativa em uma mentalidade já existente, a convergência muda também a forma como a indústria, o mercado e o público se relacionam.

Nenhum de nós pode saber de tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência.

Alterando a lógica comercial vigente, a convergência muda também toda a produção cultural disponível no mercado. Videogames passam a ter extensões em filmes, séries e livros, novelas possuem sites interativos nos quais é possível ler o diário das personagens – todo o possível para incentivar o consumo cada vez mais interativo, buscando mais consumidores

fidelizados e fãs que divulguem a produção de forma espontânea e gratuita. A multiplicidade de autoria no contexto da cultura da convergência ocorre entre fãs e grandes empresas, numa espécie de embate sobre reconhecimento do valor da produção amadora e da tentativa de incorporação por parte dessas entidades corporativas.

À medida que a participação dos expectadores se tornou comum na produção profissional de conteúdo e o que antes era tratado como produção amadora de fãs foi naturalizado na indústria, as corporações foram forçadas a reavaliar sua relação com os consumidores que buscavam esse diálogo mais estreito com os produtores de mídia. (SCOTT, 2011) Em vez de tratar a produção de fãs como algo sem legitimação, a crescente necessidade de se incorporar essas atividades ao produto desenvolvido mostram um interesse na expansão comercial possibilitada pela adesão da produção amadora.

Entretanto, uma das principais barreiras que impedem a colaboração entre fãs e produtores de mídia é o medo das implicações legais na produção de conteúdo derivado de obras publicadas. Enquanto o principal modelo de distribuição da produção de fãs sempre foi estritamente não comercial, evitando-se o conflito com os detentores dos direitos dos produtos “homenageados”, as ações das novas corporações são direcionadas para uma maior incorporação da produção dos fãs, apesar de ainda ser incipiente e tentativa.

4.3 – Possibilidades de colaboração na narrativa no contexto da convergência

Já foram apontadas anteriormente as semelhanças entre o modo de produção de narrativas nas culturas orais e no contexto digital. A amplificação das relações interpessoais possibilitada pelo uso da internet como meio de comunicação favoreceu não só um resgate de velhas histórias em novas roupagens, mas também novas formas de construí-las. A não linearidade proposta por essa forma de produzir possibilitou, além da criação das mais diversas formas de narrativa, uma divulgação e reconhecimento dos mais diferentes aspectos que a própria assume no meio digital. Videogames ligados a filmes, programas de televisão interativos, instalações de realidade virtual e narrativas em redes sociais – os meios digitais permitiram o mais variado tipo de narrativa, interativa ou não, que só foram possíveis graças à evolução do suporte digital.

Além da mudança no suporte, a própria definição de narrativa foi modificada com a adoção dos meios digitais como plataforma. Segundo Souza, Zagalo e Martins (2011),

Os *media* digitais trouxeram inovações significativas na forma de “reviver” as histórias. Como vimos, desde sempre, o público procura prolongar o

contacto com as histórias, recontando-as, encenando-as ou criando pontos de referência a elas na sua vida diária. Actualmente, podemos fazê-lo de formas ainda mais diversas.

O velho hábito de modificar as narrativas ao recontá-las oralmente, ilustrá-las ou apenas reproduzi-las de qualquer forma ganha ares de *remix* nesse novo contexto, em que a modificação das narrativas também inclui uma mudança no comportamento daquele que antes possuía o título de “narrador”. O narrador das eras digitais também reúne o público para contar suas histórias, como os oradores da Antiguidade – mas através de sites, redes sociais e fóruns. As novas tecnologias de comunicação inverteram a ordem da atividade em grupo, transformando a lógica que coletava informações para depois compartilhá-las em grupo em um sentido contrário, de compartilhar os interesses e só então formar uma comunidade em torno deles. (SOUZA; ZAGALLO; MARTINS, 2011) Além de compartilhar, o ambiente que surge com a cultura da convergência permite que o consumidor interaja com a narrativa que antes meramente reproduzia. Produções como a narrativa transmídia – que será abordada de forma mais detalhada no capítulo 4 – permitem ao consumidor um grau de envolvimento tal com a obra que lhe dá abertura até mesmo para modificá-la ou expandi-la.

No contexto atual, além da interação e do compartilhamento, o público pode participar da divulgação e propagação das próprias histórias. As *fanfictions*, histórias criadas por fãs a partir de obras literárias ou não e reimaginadas de acordo com a vontade do autor, possuem uma qualidade que varia do pastiche à paródia, e podem até ganhar vida fora do contexto de produção amadora – o sucesso literário *Cinquenta Tons de Cinza* começou sendo publicado no site Fanfiction.Net como uma mera adaptação de outro *best seller*, a saga Crepúsculo. Além dessas formas de criação de conteúdo escrito adaptado, é possível notar também a proliferação dos chamados *vlogs*, diários em formato de vídeo comumente hospedados no Youtube, que evoluíram de simples registros do cotidiano até formas mais sofisticadas de produção, como a adaptação para um formato de vídeo de clássicos de Jane Austen, como *Orgulho e Preconceito*, que tornou-se uma *webseries* intitulada *The Lizzie Bennet Diaries*.

Novamente, não é como se esse tipo de produção de fã não fosse feito anteriormente. Mas as novas ferramentas disponíveis – os fóruns de discussão de fãs, o Youtube, as redes sociais – facilitaram tanto a sua divulgação como a sua discussão. Não foi o comportamento do público que mudou, deixando de respeitar uma possível “aura” do produto original para contribuir para ele de forma independente da vontade do autor original, mas sim porque agora possuem uma maior visibilidade para a sua produção amadora. Para Souza, Zagallo e Martins (2011, p. 179),

os fãs são fundamentais pois não só sempre foram adeptos precoces das novas tecnologias mediáticas, criando assim novas formas de produção cultural, como também se recusam a simplesmente aceitar o que lhes é dado, antes insistindo no seu próprio direito a tornar-se plenos participantes.

As mudanças trazidas por essa nova forma de comunicação foram muitas, mas assim como não são todas completamente inovadoras, também não mudaram de vez a forma como é feita a produção de conteúdo. Apesar de iniciativas colaborativas, o modelo de produção de cima para baixo, com conteúdo sendo fornecido pelos produtores tradicionais de mídia para os consumidores, continua sendo o mais comum – e seguro. O risco do compartilhamento da produção profissional com amadores diminuiu, mas as empresas ainda não cedem o monopólio e a autonomia desse tipo de atividade para o público geral, mesmo tendo em vista os possíveis ganhos econômicos e até de capital afetivo. Apesar da relutância geral, as empresas que permitem uma aproximação com o público através de ações que incentivam a participação em produções colaborativas podem criar projetos de extrema importância no estudo das novas possibilidades narrativas da cultura convergência.

5. ANÁLISE DO PROJETO A *CALENDAR OF TALES*

5.1 – Gênese e desenvolvimento do projeto

Para promover o seu novo produto, o smartphone BlackBerry Z10, a empresa de telefonia BlackBerry desenvolveu um projeto intitulado Keep Moving, com a intenção de unir personalidades e celebridades em projetos colaborativos com seus fãs. Em 4 de fevereiro de 2013, o autor Neil Gaiman, na rede social Twitter, sugeriu a seus seguidores – como são chamados os indivíduos que acompanham um perfil nessa rede – uma espécie de gincana. A cada hora, seria feita uma pergunta, relacionada a um mês do ano. A brincadeira, na verdade, fazia parte de uma parceria do autor com a BlackBerry, e o resultado seria o desenvolvimento de um livro colaborativo, chamado *A Calendar of Tales*.

Neil Gaiman, nascido em 1960, é um autor inglês, consagrado pelo seu trabalho na graphic novel *Sandman*, publicada nos anos 1980-1990; dona de um séquito de admiradores, a obra alçou Gaiman a um status de prestígio e foi ganhadora de inúmeros prêmios, incluindo o inédito World Fantasy Award de Melhor Conto, sendo a primeira e única história em quadrinhos a receber tal honra, pois as regras da premiação foram modificadas para que isto não voltasse a acontecer. Gaiman também é aclamado por sua premiada produção infantojuvenil, como a novela *Coraline*, adaptada para o cinema por Henry Selick em 2004, e *O livro do cemitério*, que lhe rendeu o Hugo Award de melhor romance. Seu último romance, *O oceano no fim do caminho*, estreou em primeiro lugar na lista do jornal *The New York Times* e já está em negociações para tornar-se um filme, como outras obras do autor.

Com tudo isso, Neil Gaiman já é uma celebridade que ultrapassa o mundo literário. Entretanto, como poucos de sua geração – e até mesmo do seu ramo profissional –, o autor tem mais um aliado para a sua popularidade: o uso da internet para divulgação de seu trabalho. E não apenas isso: Gaiman utiliza seu blog pessoal e as redes sociais Tumblr, Twitter e Facebook para estabelecer um contato mais direto com os seus leitores, não apenas no que tange as suas futuras publicações e eventos públicos, mas também demonstra pequenos fragmentos de sua vida pessoal, seu método de trabalho e até idiossincrasias que passam a ser reconhecíveis pelos que o acompanham – como o seu vício moderado nas próprias redes sociais, que o leva a fazer “períodos sabáticos” em que busca se isolar e dedicar-se a outras atividades, principalmente a escrita.

Utilizando-se das mídias sociais como a sua ágora, a acessibilidade de Gaiman o tornava o veículo ideal para os planos da BlackBerry. A empresa de telecomunicações, em

uma fase em que necessitava urgentemente de uma revitalização de vendas, recrutou o autor para desenvolver um projeto colaborativo, um livro feito por “Neil Gaiman e você”, como está escrito na capa do projeto finalizado. A partir das indagações de Gaiman aos leitores, estes respondiam com suas histórias, que eram triadas pelo autor, e devolvidas a eles para que, então, as ilustrassem com imagens, vídeos e outros tipos de produção inspirados nelas. O resultado final seria disponibilizado gratuitamente.

Nos dias que antecederam o início da produção, Gaiman começou a fazer postagens na rede social Twitter, onde tem quase 2 milhões de seguidores, aludindo a um novo “projeto de arte”, usando as *hashtags* #KeepMoving e #BlackBerry10. Considerando a dinâmica dos projetos anteriores desenvolvidos pela BlackBerry nessa iniciativa, os fãs já esperavam algo colaborativo, mas não estavam cientes da natureza real do produto final. Levando em conta a dimensão da comunidade de fãs de Gaiman ao redor do mundo, havia uma agitação e ansiedade gerais.

Começando na tarde de 4 de fevereiro de 2013, a pergunta “Por que janeiro é perigoso?” deu início à primeira fase do projeto. A premissa era simples: Gaiman faria perguntas aos fãs pelo Twitter a cada hora, e estes responderiam como desejassem, seja com histórias pessoais, seja com a criatividade e impulso do momento. As perguntas se estenderiam por 12 horas, para os 12 meses, desenvolvendo assim um “calendário de contos” que daria título ao projeto (*A Calendar of Tales*, no original).

As respostas começaram tão logo a primeira pergunta foi postada. Foram mais de 1.100 *tweets* com sugestões para o primeiro conto, recebidas com a *hashtag* #JanTale (conto de janeiro). Ao mesmo tempo em que postava, o autor acompanhava também as respostas recebidas, por vezes compartilhando com seus seguidores as mais criativas e por outras apenas indicando a forma mais correta de tornar sua resposta visível para ele. No total, o número de postagens para todas as perguntas feitas por Gaiman chegou a mais de 11 mil.¹

Abrindo um parêntese, não foi a primeira vez que Neil Gaiman foi às redes sociais para um projeto colaborativo. Em 2011, com Amanda Palmer, artista performática e sua esposa, Ben Folds, músico, e Damian Kulash, vocalista e guitarrista da banda OK Go, Gaiman participou de um projeto de superbanda intitulado 8in8, com o intuito de gravar um álbum de oito músicas em oito horas. Como letrista principal, o autor conseguiu, ao fim do projeto, escrever seis músicas em 12 horas, enquanto os participantes faziam uma transmissão em

¹ Dados recolhidos em pesquisas no site de monitoramento Topsy (<http://topsy.com>) a partir de respostas ao *tweet* de Neil Gaiman disponível em <<http://twitter.com/neilhimsel/status/298477234786816000>>. Acesso em 14 abr. 2014.

apenas mais uma ação publicitária criativa naquilo que gosta e sempre faz questão de fazer: arte.

5.2 – A narrativa transmídia e sua aplicação na literatura

A experiência de Gaiman no projeto *A Calendar of Tales* remete a um jogo de narração de histórias: uma pessoa diz uma palavra, a outra precisa formar uma frase com esta palavra e uma terceira cria um enredo a partir da frase anterior. O processo de formação dessa narrativa é contínuo, mas as partes funcionam de forma independente: a palavra, a frase, e o enredo criado fazem sentido individualmente, mas em conjunto dão uma ideia concisa de unidade. Gaiman começou o jogo sozinho, elaborando as perguntas que seriam feitas; em seguida, lançou-as aos seguidores na rede social, buscando respostas; conseguindo-as, transformou-as em premissas para as histórias, e devolveu-as aos leitores para que, em qualquer tipo de mídia, produzissem novo conteúdo a partir delas; e, com o resultado final, reuniu todas as etapas em um conteúdo interativo e disponível para quem quisesse acessá-lo. Os *tweets*, as histórias, o conteúdo derivado delas e o produto final, todos são compreensíveis de forma independente; mas, juntos, tornam-se uma experiência colaborativa em diversas plataformas digitais. Assim se dá a narrativa transmídia.

Como definida por Jenkins (2006, p. 138), uma história transmídia “desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”. O termo foi cunhado pelo estudioso, aparecendo pela primeira vez no livro *Cultura da Convergência*, mas o conceito de uma narrativa que se desenvolva em diversos meios é mais antigo do que parece.

Muito se fala atualmente, com a clara pasteurização das histórias em diversas mídias com o intuito apenas de obter o maior lucro possível, na morte da narrativa. Benjamin (2012), ainda no começo do século XX, afirmou que a narrativa estava em vias de desaparecer por uma crise de experiências, que provinha, dentre outros fatores, de um crescente afastamento do viver em comunidade, perdido com o isolamento progressivo tanto do narrador quanto do ouvinte, e que culminaria no surgimento do romance moderno. Escrever um romance, diferente de narrá-lo oralmente, caracteriza-se como uma atividade solitária, que incita o silêncio e a individualidade; ler, apesar de proporcionar ao leitor o descobrimento de histórias que talvez nunca fosse capaz de absorver sem essa oportunidade, em si só configura outra atividade solitária, pois o leitor não seria capaz de acrescentar algo àquela história, já fechada. É claro que Benjamin, morto em 1940, não ouviria falar da cultura colaborativa como é hoje.

A narrativa que Benjamin predizia estar próxima do fim muito se assemelhava à narrativa transmídia. As histórias provindas das experiências dos sábios narradores não se encontravam apenas na memória, transmitidas oralmente havia muitas gerações, mas também eram registradas em escrita, desenhos, representações e discursos dos próprios narradores. Os grandes épicos gregos, narrativas consagradas e até hoje representadas e referenciadas nas mais diversas obras, possuíam, por sua vez, enorme influência dos mitos daquela mesma cultura, utilizando-se de fragmentos de histórias ou personagens – os deuses, os monstros, as provações – para construir a sua própria narrativa.

Quando os gregos ouviam as histórias de Odisseu, não era preciso explicar quem ele era, de onde vinha ou qual sua missão. Homero conseguiu criar um épico oral baseado em “pedaços e fragmentos de informações” de mitos preexistentes, contando com um público informado para contornar quaisquer pontos de confusão potenciais. (JENKINS, 2009, p. 173)

Da mesma forma, Gaiman utilizou em *A Calendar of Tales* uma sequência de recortes de mitos, personagens históricos ou ficcionais e outros elementos do cânone e da cultura popular para tecer as histórias que fariam parte do projeto. No conto de março, por exemplo, utiliza a personagem histórica Anne Bonny, pirata do século XVIII, para tecer um breve conto de rememoração; no conto de maio, faz referências a obras literárias como *O Mágico de Oz*, de L. Frank Baum, e filmes como *O Falcão Maltês*, baseado no romance de Dashiell Hammett; no conto de setembro, ainda, invoca, por sugestão da leitora que lhe enviou a premissa, a figura folclórica do gênio realizador de desejos.

Ao reciclar velhos elementos, remixando-os em novos contextos, *A Calendar of Tales* não tem a pretensão de se tornar uma nova mitologia, mas sim uma reapresentação dos antigos mitos de uma forma que atrai um novo público. Os consumidores da narrativa transmídia de Gaiman não esqueceram nem muito menos perderam o interesse nas velhas histórias, mas apenas estão reaproximando-se delas por meio de novas estruturas narrativas, que expandem a extensão das histórias para outras plataformas midiáticas.

A narrativa transmídia, por sua característica fragmentária, pode parecer mais apropriada para a utilização em jogos, curtas-metragens, anúncios publicitários e outros tipos de produção serializada, como séries de televisão. Quando aplicada à literatura, o seu diferencial pode ser também a sua derrota: como manter a coesão de uma narrativa ficcional que se desdobra em múltiplas plataformas? E uma vez coesa, como garantir que o leitor não irá se “cansar” no meio do caminho entre uma mídia e outra? A necessidade de uniformidade

na narrativa apresenta-se como um resquício da vontade de se acompanhar uma história sequencial, ou ao menos de uma em que se encontre alguma unidade de sentido.

A solução encontra-se no formato escolhido para a realização do projeto. *A Calendar of Tales* é um compilado de contos. O conto esconde mais do que disserta, sugere mais do que explica. Como explicou Cortázar (1993), é como uma fotografia, recortando um fragmento da realidade, e em sua brevidade deve ser capaz de compactar as situações, buscando o interesse do leitor e o capturando de forma definitiva. Assim como o conto, a narrativa transmídia exige do seu consumidor: além daquilo que ele tem contato agora, há muito mais a ser descoberto, seja de forma concreta – em outras plataformas há mais elementos da história – seja de forma subentendida – com as nuances das histórias não contadas, como se os contos fossem um recorte de uma história que possui começo e final, mas em que estes dão assunto para novas histórias ainda.

A construção da narrativa de *A Calendar of Tales* se desenvolveu principalmente em duas frentes complementares: as redes sociais, palco da gênese e apresentação do projeto, que com sua interatividade incitou o impulso colaborativo que atraiu os participantes do projeto; e a literatura, forma pura das histórias geradas e coração do interesse dos leitores de Gaiman.

Nas redes sociais, Neil Gaiman estabeleceu a sua fogueira e reuniu ao seu redor todos os que desejavam ouvir suas histórias. Lançou as perguntas e obteve respostas imediatas, e quando devolveu as histórias recebeu uma nova reação. Naquele contexto, a crise da narrativa de Benjamin pareceu ser suspensa, mesmo que apenas durante a troca de mensagens: o intercâmbio de experiências de vida, de bagagem cultural ou de um simples desejo de participar de uma comunidade permitiu que cada um que tenha feito parte desta etapa fosse um ouvinte e um narrador ao mesmo tempo, depositando naquela narrativa uma parte de si. E, ainda que a sua história específica não tenha sido selecionada para o projeto final, este indivíduo entrou em contato com milhares de outras histórias que não teria a possibilidade de conhecer.

Depois de participar desta comunhão de experiências, Gaiman teve poucos dias para construir as narrativas. Isto, é claro, prejudicou o resultado final da obra. Benjamin (2012) comparou a narrativa ao marfim trabalhado, que de forma cuidadosa tem uma série de camadas superpostas – as narrações sucessivas da tradição oral – até a perfeição do material final. Se Gaiman teve a bagagem de narrador para auxiliá-lo na confecção das histórias, não teve o tempo necessário para aperfeiçoá-las. Desse modo, cada conto em *A Calendar of Tales* parece um desejo de uma história mais longa.

O autor famoso e sua legião de fãs, a qualidade das histórias criadas, o enorme volume de colaborações e o resultado final com design bem-pensado e apropriado para o conteúdo. A produção colaborativa transmidiática em *A Calendar of Tales* pode não ter sido inédita, mas os elementos que a construíram a transformaram numa experiência singular. Mesmo que o objetivo tenha sido vender um telefone celular.

5.3 – Exploração comercial da narrativa transmídia

Depois de saturada a utilização de *product placements* – a inserção de publicidade de forma indireta em conteúdos culturais – e outras formas de marketing de conteúdo, a narrativa transmídia apresentou-se como uma solução para a divulgação de uma marca ou produto. Além de ser uma forma atrativa de produção cultural, a transmídia permite um alcance de mais plataformas de mídia sem a obviedade de um anúncio publicitário. Por mais idealista e transformadora que tenha sido para Gaiman a experiência de construir *A Calendar of Tales*, o fato é que ainda assim tratava-se de publicidade para a BlackBerry, patronesse do projeto Keep Moving.

Fortes motivações econômicas envolvem a produção transmidiática com fins comerciais. Na era da convergência, a circulação de conteúdo por múltiplas plataformas é inevitável, e a construção de franquias para a manutenção de um público fiel e sempre consumidor é muito frequente. Mas, ao mesmo tempo que as perspectivas econômicas são positivas e o público se encontra preparado (e ávido) para esse tipo de conteúdo, há uma hesitação por parte da indústria, temerosa pelo tipo arriscado de investimento – enquanto o público jovem se mostra receptivo, outros consumidores podem não se mostrar tão ansiosos para uma experiência em múltiplas plataformas. Paralelo a isso, nota-se uma inexperiência empresarial em um nível abrangente em assuntos que tangem a narrativa transmídia. O que deveria se dar como uma colaboração horizontal entre os responsáveis pelas diversas etapas da produção transmídia torna-se, na lógica empresarial, uma competição entre as unidades de produção. (JENKINS, 2009)

Há um interesse grande na integração de entretenimento e marketing por parte das grandes empresas, porém. A ligação emocional construída por iniciativas como o projeto Keep Moving é um tipo de publicidade que, no jargão, “não pode ser comprada”, apesar de possuir preços bem determinados. Mas nem sempre o sucesso da produção de conteúdo publicitário é revertido em ganhos reais para a marca divulgada.

Depois de apresentar a cantora Alicia Keys como diretora criativa global da marca numa tentativa de buscar maior adesão de uma faixa etária mais jovem cujo interesse estava se direcionando para a concorrência, a BlackBerry contratou a gigante agência inglesa de publicidade AMV BBDO para a divulgação do projeto Keep Moving, além de contar com outros apoios nas mais diversas frentes em uma época de crise na empresa. Não foi suficiente, entretanto: as vendas do produto divulgado, o smartphone BlackBerry Z10, foram drasticamente baixas, e não demorou muito para que o projeto fosse posto de lado: após a conclusão da produção dos outros participantes do Keep Moving – o curta do cineasta Robert Rodriguez e um videoclipe da própria Alicia Keys, ambas produções colaborativas com os fãs –, novas produções não foram anunciadas e em agosto de 2013, apesar de ter acumulado a marca de 22 milhões de acessos no site oficial do projeto até o mês de maio do mesmo ano, a iniciativa dava sinais de que havia sido descontinuada.

Não é possível prever sempre qual, quando ou como histórias amadas serão apresentadas ao mundo. Podem vir de uma voz experiente, viajada ou apenas imaginativa, ou de um livro há muito escrito, assim como podem nascer de uma ideia publicada em uma rede social, ou até mesmo de uma propaganda com o intuito de fazer arte e ao mesmo tempo vender um telefone celular. O interessante é estar sempre com olhos e ouvidos (e por que não dedos?) atentos, para que não se perca a oportunidade de uma boa história apenas por não acreditar no meio onde ela se encontra. A escrita, no contexto da oralidade, foi considerada limitadora – tanto se perdia ao transcrever uma história, como as nuances da fala, a reação de um público, as colaborações do ouvinte. Assim como a televisão e o rádio, que iriam usurpar da família um momento de reunião para a simples conversa, também a internet foi considerada um meio que servia apenas para individualizar, antes que pudesse ser enxergada como um dos meios que mais possibilita a socialização, ainda que virtual – o que não a torna menor. Não há motivos, então, para diminuir uma narrativa pela razão de ter nascido em um ambiente digital. Esta, apesar de sua carcaça eletrônica, pode possuir tanta alma e ser tão cativante quanto qualquer história transmitida de pai para filho através dos tempos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No primeiro volume de *Sandman Overture*, um prólogo lançado em 2013 para a aclamada série de Neil Gaiman dos anos 1980, há uma cena em que, reunidos numa mesma sala, encontram-se todas as versões de Morfeu, o Sandman do título, personagem principal da trama. Como uma entidade simbolizando o sonho, Morfeu assumiu diversas formas ao longo dos séculos, cada cultura, cada povo e cada história representando-o de uma forma diferente. Cada vez que Morfeu era invocado, seja por forma de uma história a ser contada, seja em sua forma encarnada, suas características se moldavam àquela situação específica.

Assim também é com a narrativa. Em sua essência, ela não se modifica, e sim se adapta aos novos contextos. Num período pré-escrita, as narrativas orais tinham a função de manter vivos os costumes e as tradições de um povo por meio da transmissão hereditária de histórias que os simbolizavam; com o desenvolvimento de formas mais sofisticadas de registro escrito, as narrativas assumiram um formato mais padronizadas – gêneros literários, novos modelos de publicações – e passaram a contar também histórias individualizadas, que carregavam força narrativa, mas não necessariamente possibilitavam a identificação geral; com o renascimento da oralidade através dos meios de comunicação, o poder da palavra falada tornou a carregar importância, e a divulgação, seja ela de informação ou de histórias ficcionais, foi facilitada até chegarmos no momento atual, em que todos são fornecedores e distribuidores de conhecimento.

Nesse estudo, buscou-se analisar a transição entre a narrativa no contexto das culturas orais até a atual forma de criação no meio digital, com as possibilidades trazidas por tipos de construção como a narrativa colaborativa e a transmídia. A oralidade permitia uma comunhão de experiências entre o contador de histórias e o ouvinte que possibilitava não só que narrador e espectador estivessem em constante contato, mas também burlava a barreira entre as duas funções, fazendo com que aquele mero receptor de histórias se tornasse também um dos que as transmitiam. A experiência de um narrador passaria para o outro, somando-se à sua própria vivência para acrescentar à qualidade das narrativas transmitidas. Tratava-se de um cuidado quase artesanal, uma relação entre mestre e aprendiz, que implicava em uma constante renovação de conhecimento não só pessoal, mas também comunitário.

Esse tipo de transmissão de conhecimento colaborativo tornou-se cada vez mais escasso uma vez que a evolução das tecnologias de compartilhamento incitou uma segmentação no narrar. O surgimento da prensa, trazendo consigo a atomização da narrativa sob a forma do objeto livro, um registro escrito mais duradouro e compartilhável do que

outros surgidos até então, provocou o mesmo efeito nas relações pessoais possibilitadas pela transmissão de narrativas no contexto das culturas orais.

A relação entre narrador e narrativa também evoluiu. De encarregados da divulgação e perpetuação de histórias orais de seu povo, passando pela responsabilização por uma narrativa específica – e até a censura por esse mesmo motivo – até o retorno da flexibilização da paternidade de uma obra, o narrador tornou-se autor, consumidor e hoje em dia possui uma função que engloba todas essas facetas, além de possuir mais autonomia nas decisões criativas e um leque de opções quanto ao suporte onde desenvolverá sua narrativa. Seja criando as suas próprias histórias em diferentes suportes, adaptando clássicos já conhecidos do público, ou se utilizando de sua influência para reunir uma grande quantidade de pessoas para “fazer arte”, o narrador do século XXI faz da internet a sua ágora.

O renascimento da oralidade sob a forma de meios de comunicação como o rádio e a televisão, em um primeiro momento, e a internet e os dispositivos móveis, em um segundo – a chamada oralidade secundária, remanescente dos métodos orais das culturas pré-escrita mas dependente da mesma –, possibilitou uma retomada da sensação de comunidade perdida pelos suportes escritos. Enquanto a construção de narrativas ficou por muito tempo dependente da divulgação por meios tradicionais e atrelada ao suporte escrito, o novo contexto digital permite não só um maior compartilhamento e acesso a diferentes histórias, mas também uma infinidade de possibilidades de formato para as narrativas. A viabilidade de construção de uma narrativa colaborativa, no meio digital, resgatou a sensação de comunhão encontrada na difusão das narrativas orais – mas agora a fogueira é digital, e o círculo reunido ao seu redor é formado de usuários em escala mundial, conectados por redes sociais e fóruns em todo o mundo.

7. REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. O narrador - Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 213-240. (Obras escolhidas vol. I). Prefácio de Jeanne Marie Gagnebin.

CALVINO, Italo. Rapidez. In: _____. *Seis propostas para o próximo milênio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 43-67.

CORTÁZAR, Julio. Alguns aspectos do conto. In: _____. *Valise de cronópio*. São Paulo: Perspectiva, 2006. p. 147-163

FEIJÓ, Mário. *Permanência e mutações - o desafio de escrever adaptações escolares baseadas em clássicos da literatura*. Tese (Doutorado em Letras), PUC-Rio, 26 de maio de 2006.

GAIMAN, Neil. *A Calendar of Tales*. 2013. Disponível em: <<http://acalendaroftales.com>>. Acesso em: 4 abr. 2014.

_____. *The Sandman. Vol. 6: Fables & Reflections*. Nova York: DC Comics, 1993

_____. “Now up! Read a Calendar of Tales. And make ART”. Disponível em: <<http://journal.neilgaiman.com/2013/02/now-up-read-calendar-of-tales-and-make.html>>. Acesso em: 15 abr. 2014.

GOODMAN, Dana. “Kid goth: Neil Gaiman’s fantasies”. *The New Yorker*, Nova York, 25 jan. 2010. Disponível em <http://www.newyorker.com/reporting/2010/01/25/100125fa_fact_good_year>. Acesso em 6 mai. 2014.

GRISOLIA, Vanessa; RAMOS, Ana Paula. *Fanfiction e Marketing: Produção de fanfictions como publicidade para a obra original*. Monografia (Graduação em Comunicação Social), Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTIN, James. “How Amanda Palmer, Neil Gaiman, OK Go & Ben Folds remade the music biz in 1 day”. Disponível em: <<http://blog.midem.com/2012/04/8in8-how-amanda-palmer-neil-gaiman-ok-go-ben-folds-remade-the-music-biz-in-1-day/#.U3K2-oFdUrV>>.

Acesso em: 14 abr. 2014.

MASSAROLO, João Carlos. Das possibilidades narrativas nas plataformas de mídia. In: BORGES, Gabriela; PUCCI JR., Renato Luiz; SOBRINHO, Gilberto Alexandre (orgs.). *Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e Documentário*, São Paulo, Campinas e Faro, v. 2, n. 1, p.157-170, set. 2012.

MATOS, Júlia Silveira; SENNA, Adriana Kivanski de. História oral como fonte: problemas e métodos. *Historiæ*, Rio Grande, v. 2, n. 1, p. 95-108, 2011. Disponível em: <<http://www.seer.furg.br/hist/article/view/2395>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

MORAES, Kleiton. Chartier, Roger: O que é um autor? Revisão de uma genealogia. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 33, n. 65, p. 447-451, 2013. Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26327840022>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

ONG, Walter. *Oralidade e cultura escrita: A tecnologização da palavra*. Campinas: Papyrus, 1998.

SCOTT, Suzanne. *Revenge of the fanboy: convergence culture and the politics of incorporation*. Tese (Doutorado em Filosofia), University of Southern California, 2011. Disponível em <<http://digitallibrary.usc.edu/cdm/ref/collection/p15799coll127/id/439159>> Acesso em: 15 abr. 2014.

SHIRKIN, Clay. *A Cultura da Participação - Criatividade e Generosidade No Mundo Conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOUZA, Marta Noronha e; MARTINS, Moisés; ZAGALLO, Nelson. “Eu Também Posso Propagar Histórias”: A Adaptação e as Narrativas Transmediáticas na Era da

Participação. *Comunicação e Sociedade*, Braga, v. 22, p. 167-183, 2012. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1280>>. Acesso em 5 mar. 2014.

VERISSIMO, Luis Fernando. “Reféns da escrita”. *Expresso*, Oeiras, 26 jul. 2009. Disponível em: <<http://expresso.sapo.pt/refens-da-escrita=f527497>>. Acesso em: 4 mar. 2014.